

PERANAN ORIENTASI PASAR DALAM MENINGKATKAN
KINERJA PERUSAHAAN



Oleh :

TRIAN ANDRIANI

3103003020

No. INDUK	0917/13
TGL TERIMA	15-02-2013
	FB-m
	FB-m Ang P

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2008

**PERANAN ORIENTASI PASAR DALAM MENINGKATKAN
KINERJA PERUSAHAAN**

TUGAS AKHIR

Diajukan kepada

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

untuk memenuhi sebagian persyaratan

memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH :

TRIAN ANDRIANI

3103003020

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2008

LEMBAR PERSETUJUAN

MAKALAH TUGAS AKHIR

PERAN ORIENTASI PASAR DALAM MENINGKATKAN

KINERJA PERUSAHAAN

OLEH :

TRIAN ANDRIANI

3103003020

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

PEMBIMBING



Dra. Ec. Ninuk Muljani, BA., MM.

Tanggal... *4 Jan. 2008*

LEMBAR PENGESAHAN

Makalah Tugas akhir yang ditulis oleh : **Trian Andriani**

NRP : **3103003020**

Telah disajikan pada tanggal **06 Februari 2008** dihadapan Tim Penilai

Ketua Tim Penilai:



Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM

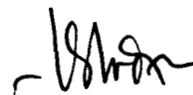
Mengetahui,

Dekan,

Ketua Jurusan,



Drs. Ec. Cyrillius Martono, M.Si



Margaretha Ardhanari, SE., M.Si

KATA PENGANTAR

Dengan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa telah memberikan berkat dan Rahmat-Nya, sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan makalah tugas akhir ini yang berjudul “Peranan Orientasi Pasar dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan”. Penyusunan makalah tugas akhir ini mempunyai tujuan yaitu pemenuhan salah satu syarat dalam perolehan gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan serta dorongan baik secara langsung maupun tidak langsung antara lain kepada:

1. Drs. Ec. C. Martono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Surabaya.
2. Margaretha Ardhanari, SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Dra. Ec. Ninuk Muljani, BA, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing penulisan tugas akhir ini.
4. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat.
5. Kedua orang tua, yang senantiasa memberi dukungan dalam penyelesaian tugas akhir ini.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
ABSTRAKSI	iv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penentuan Pokok Bahasan.....	1
1.2. Pokok Bahasan	4
1.3. Tujuan Pembahasan	4
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	5
2.1. Pengertian Orientasi Pasar	5
2.2. Pendekatan Orientasi Pasar	7
2.3. Komponen-komponen dari Orientasi Pasar	9
2.4. Pengertian Kinerja.....	10
2.5. Kepuasan Pelanggan	11
BAB 3 PEMBAHASAN	14
3.1. Hubungan Orientasi Pasar dengan Kinerja Perusahaan	14
3.2. Peranan Orientasi Pasar dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan.....	17
BAB 4 SIMPULAN	20
DAFTAR KEPUSTAKAAN	

ABSTRAKSI

Di era globalisasi saat ini terjadi lingkungan persaingan yang sangat ketat dan kompleks karena banyaknya produk sejenis di pasaran. Semakin banyak kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka semakin banyak pesaing yang membuat produk sejenis.

Untuk dapat bertahan di lingkungan bisnis, perusahaan dapat menerapkan konsep orientasi pasar. Perusahaan yang menerapkan orientasi pasar akan menempatkan pelanggan di atas segala kepentingan bisnis lainnya. Hal ini berarti bahwa orientasi pasar diharapkan akan memberikan kontribusi untuk mengikat pelanggan, dan pada gilirannya akan memberikan kontribusi terhadap kinerja perusahaan.

Cara terbaik untuk menghasilkan kinerja perusahaan dalam pasar yang kompetitif adalah dengan memusatkan perhatian bukan hanya pada pesaing, tetapi yang utama adalah perhatian pada pelanggannya. Dengan melakukan koordinasi interfunksional yang baik, perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Hal ini berarti orientasi pasar mempunyai pengaruh yang sangat bermakna terhadap naiknya kinerja perusahaan, analisis mengenai orientasi pasar ini diarahkan untuk mengembangkan sebuah hubungan antara orientasi pasar dan keunggulan bersaing berkelanjutan melalui kinerja perusahaan yang dihasilkan.

